



2008年可持续发展报告

青岛啤酒股份有限公司

关于本报告

本报告是青岛啤酒股份有限公司的第一份可持续发展报告，涵盖2008财年（2008年1月1日至2008年12月31日）及以前发生的各项可持续发展实践。报告同时发布中英文版本，内容以中文版为准。

本报告的编写参照了全球报告倡议组织（GRI）的第三代标准（G3）。

内容选择

在报告内容的选取过程中，青岛啤酒遵循全球报告倡议组织G3指南的重要性、完整性、可比性原则，从经济、社会和环境三方面进行陈述，重点报告了青岛啤酒在产品、环境、员工、社区、以及经济等方面的可持续发展责任。

报告范围

如无特别说明，本报告所使用的数据和信息均来自青岛啤酒股份有限公司。

数据收集

本报告的数据收集工作按本公司现有工作流程进行。随着公司可持续发展管理体系和组织架构的完善，今后青岛啤酒的可持续发展数据收集工作会得到进一步加强。

本报告版权归青岛啤酒股份有限公司所有

您可以在我们的网站上查阅和下载本报告：
www.tsingtao.com.cn

目录

董事长致辞	3
总裁致辞	4
关于青岛啤酒	5
企业战略、文化和公司治理	6
青岛啤酒与利益相关方	8
提供安全、高品质产品——创造快乐	9
严格的食品安全体系	
统一的质量管理	
全过程的品质保障	
全方位的品评体系	
创新的核心技术	
保护环境——创造快乐	16
发展循环经济	
珍惜水资源	
关注气候变化	
鼓励员工及合作伙伴为环境做贡献	
关爱员工——创造快乐	22
以机制激活人力资源	
重视员工安全和健康	
关心社会——创造快乐	26
理性饮酒	
社会公益	
我们的奥运行动	
共创经济繁荣——创造快乐	31
为股东和社会创造财富	
与上下游伙伴共同发展	
促进当地经济发展	
2009年工作方向	35
第三方评论	36
您的反馈	38
附录：GRI指标索引	39
术语表	43

董事长致辞



作为中国历史悠久的啤酒制造商，青岛啤酒将“成为拥有全球影响力品牌的国际化大公司”作为公司的愿景，在这愿景的背后是我们对可持续发展的承诺。

以人为本、水资源匮乏、气候变化、自然资源枯竭和贫困是当今世界关注的重要议题，也是我们面临的严峻挑战。我们认为企业不仅是一个单体的商业组织，它生存在紧密相连的供应链上，依靠分享供应链的价值得以生存与发展；同时又需要一个健康可持续发展的商业生态环境。企业的运营文明与供应链的商业文明以及商业生态环境的文明，构成了社会文明、促进了社会进步，我们作为一个负责任的社会公民，不能立足于索取，而是要负责任地推动商业生态环境的持续优化，更有责任在全球经济一体化的今天，成为建设一个可持续发展社会的关键参与方和贡献者。

啤酒来自于大自然的奉献，作为啤酒制造商，我们要怀着感恩的心去回报自然和社会。我们深知，构成企业投入的资本不局限在货币资本和人力资本上，更有社会资本、自然资本和信用资本等，对于这一切投入，我们都应该给予科学的回报。多年来，青岛啤酒秉承“以人为本、团队合作、回报社会”的宗旨，将“科学发展观”以及“和谐社会”理念相对接，并嵌入到整个公司的发展战略里。我们坚持“道德底线、利益底线和法律底线”的三重底线原则，在经济、环境和社会三个领域里全面考虑利益相关方的要求和期望，体现我们的责任，从而保证公司自身发展壮大时也能让消费者、员工、股东、合作伙伴和社区共同分享成功。

可持续发展不能仅仅是一句空洞的口号。实现可持续发展是一个长期的没有终点的过程。我们需要不断思考，公司在经济、环境和社会方面面临的挑战是什么？实现可持续发展的途径有哪些？如何衡量和评估我们在可持续发展方面的工作和成绩？在这个变化迅速的世界，没有一成不变的答案。因此，和我们的利益相关方进行持续有效的沟通极为重要。

同样重要的是，我们要将对可持续发展的认识切实落实到公司具体工作的每一个层面上。公司上下已经形成一个重要共识，即可持续发展是我们的战略性的责任，而不是反应式的责任。在这样的指导思想下，青岛啤酒能主动变革，大胆创新，而不是被动适应。唯有如此，我们才能很好地实现我们的愿景，为大家奉献快乐和激情。

100多年前，公司的创建者一心一意要将高品质的啤酒奉献给世人。从那时起，这份承诺从未中断，100多年中，几代青啤人专注一杯酒，青岛啤酒现在已成为中国在最知名的啤酒品牌。

今天，我们不仅要继续为世人提供快乐，还要努力为100年后乃至更久远的世界留下可持续发展的坚实基础。

青岛啤酒股份有限公司董事长

2009年4月



青岛啤酒总裁孙明波（第一排右起第四位）和公司高管团队

总裁 致辞

从 106 年前的诞生到今天，“青岛啤酒”一直是高品质啤酒的代名词。自上世纪末期，公司又获得了更大的发展，公司总销量、销售收入、净利润等指标连续多年保持两位数增长，品牌价值大幅提升，稳居中国啤酒品牌第一位。

青岛啤酒今天取得的所有成就充分印证了我们可将可持续发展视为战略性责任的正确性。商业机构不能以盈利为唯一目的。当一个企业以更广泛的责任观将经济责任与环境和社会责任相统一时，企业才会进入良性发展阶段，取得实实在在的成果。

青岛啤酒以“用我们的激情酿造出消费者喜爱的啤酒，为生活创造快乐”为使命。我们酿造的是激情、奉献给社会的是快乐。快乐能从员工的安全、健康、成长、薪酬和福利中体现出来；快乐是消费者的健康和舒适的感受，是股东的良好收益，是政府的税收、社会就业以及产业链的发展；快乐是自然环境的改善，是弱势群体得到雪中送炭般的帮助。

在过去几年中，基于公司使命和可持续发展理念，我们在各项工作中都有持续的进展。我们的循环经济模式在实践中日益成熟；我们的单位煤耗和电耗年年下降。我们多次获得由社会机构评选的“最佳雇主”荣誉；我们投入公益事业，去帮助社会上急需帮助的人。

我们不断加强对产品安全的管理，保障食品安全。在青岛啤酒 100 多年的漫长历史中，高品质的

产品一直是我们最大的骄傲，也是公司基业长青的坚实基础。

在 2009 年，我们将以下几个方面作为我们可持续发展工作的新目标：

- 建立公司的可持续发展管理体系和组织架构
- 继续评估公司各项管理制度和绩效指标，使其更全面更系统地反映可持续发展理念
- 进一步加强与利益相关方沟通

为了向社会公众详细、系统地汇报青岛啤酒在 2008 年和过去若干年中在可持续发展方面的工作，促进公司和利益相关方的沟通和对话，我们此次发布了青岛啤酒股份有限公司的第一个可持续发展报告。根据当前利益相关方关注的议题，公司将产品安全和品质、环境、员工、社会和经济作为本次报告的重点。

公司可持续发展的目标就是给我们的利益相关方持续地带来快乐，让我们一起为了大家明天的快乐，真诚地付出我们的努力！

青岛啤酒股份有限公司执行董事、总裁

2009 年 4 月

关于青岛啤酒——创造快乐

我们的使命：用我们的激情酿造出消费者喜爱的啤酒，为生活创造快乐。

概况

青岛啤酒股份有限公司（以下简称“青岛啤酒”）前身是1903年8月由德国商人和英国商人合资在青岛创建的日耳曼啤酒公司青岛股份公司，它是中国历史最悠久的啤酒制造厂商。青岛啤酒为2008年北京奥运会官方赞助商。

1993年7月15日，青岛啤酒股票（0168）在香港交易所上市，是中国内地第一家在海外上市的企业。同年8月27日，青岛啤酒（600600）在上海证券交易所上市，成为中国首家在两地同时上市的公司。

青岛啤酒在全国有53家生产厂，产品远销美国、日本、德国、法国、英国、意大利、加拿大、巴西、墨西哥等世界62个国家和地区。全球啤酒行业权威报告Barth Report依据2006年、2007年产量排名，将青岛啤酒列为世界第八大啤酒厂商。

品牌

青岛啤酒实施“1+3”品牌战略，以“青岛啤酒”为主品牌，同时生产“山水”、“崂山”、“汉斯”子品牌啤酒。青岛啤酒品牌价值位居中国啤酒行业首位。

* 2006年，青岛啤酒荣登《福布斯》“2006年全球信誉企业200强”，位列68位

* 2007年，在美国《商业周刊》评出的5家中国“已获得相当认可”的全球企业中排名第二

* 2008年被英国《金融时报》评为“中国十大世界级品牌”



企业战略、文化和公司治理——创造快乐

用我们的激情酿造出消费者喜爱的啤酒，为生活创造快乐

企业战略

“青岛啤酒”品牌带动下的发展战略。

企业文化

青岛啤酒的文化包括三个层面：理念文化、制度文化和物质文化，由愿景、使命、价值观、宗旨、精神和作风组成，它们演化成公司 200 多项制度、190 余项流程。

青岛啤酒企业文化框架图



公司治理

——成熟的公司治理架构是保障公司可持续发展的基础

公司目前已建立由股东大会、董事会、监事会和高级管理层构成的权责明确、有效制衡、独立运作的公司治理架构，并成为上海证券交易所上证公司治理板块样本公司之一。

- * 依法运营，严格遵守国家各项法律、法规。
- * 完善的制度管理是支持公司可持续发展的保障。
《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《重大事项决策程序》、《总裁办公会议制度》等几大制度确保了公司的可持续发展。
- * 确保信息披露真实、透明是公司履行社会责任的具体表现。

目前，公司董事会下设审计与财务委员会、战略与投资委员会、公司治理与薪酬委员会三个专业委员会，主要承担董事会决策支持功能，向董事会提供专业意见。公司所有重大决策均按规定提交董事会或股东大会审议批准，董事会战略决策作用和董事会各专业委员会的决策支持作用得到充分发挥，各位董事勤勉尽责，恪尽职守，在工作中充分发挥自身的专长。

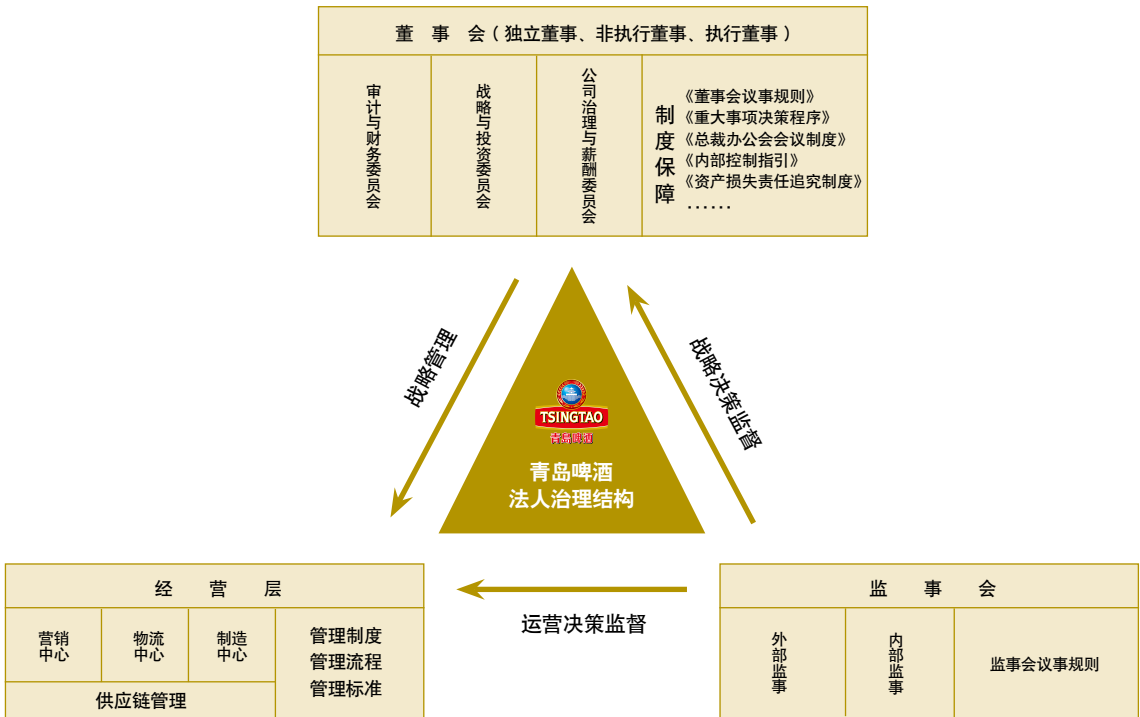
公司监事会由 7 名监事组成，包括 3 名职工代表监事和

4 名股东代表监事（其中 2 名是独立监事），负责对公司财务状况以及董事和高层人员履行职务情况进行监督。监事会通过召开监事会会议、列席董事会、高管层会议、现场调研考察等监督方式实施监督，力求发挥监督实效。

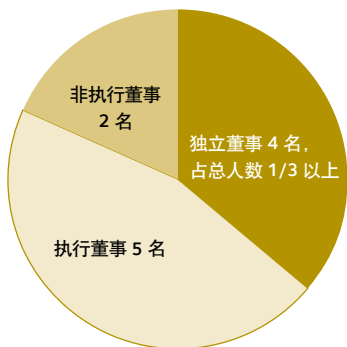
公司高管团队专业精干、团结进取，认真贯彻落实股东大会和董事会作出的各项决议，取得了良好的经营业绩。

法人治理架构

- 有效性
- 科学性
- * 以防范控制风险为前提；
- * 以保障促进发展为主导；
- * 匹配适合的结构：
 - * 董事会成员构成的合理性：包括执行董事 5 名，非执行董事 2 名，独立董事 4 名（其中设首席独立董事 1 名）。董事会成员来自中国大陆、中国香港和美国。
 - * 董事会成员的专业性：汇集经营管理、法律、金融、财务等诸多领域的专家和学者。
- * 权力有效制衡：
 - 首创“首席独立董事”，独立董事占总人数的 1/3 以上，满足海内外监管机构要求。
 - 决策机制监督规划。



董事会成员构成



惩治和预防腐败体系

- * 建立了“惩治和预防腐败体系”，该体系包括 30 多项制度和规定。
- * 针对管理人员可能的不当行为，建立了健全的内部问责制度。
- * 针对招投标中可能的不规范行为，公司制定了《招投标监督监察管理程序》。
- * 制定了《致合作方函》，在每次招标活动中，都要将其和招标文件一起发到供应商手中，提醒对方不要试图以商业贿赂的形式来获取商业机会。
- * 我们还建立了鼓励员工投诉的相应机制。

青岛啤酒与利益相关方——创造快乐

青岛啤酒深知自身利益来自于谁。青岛啤酒的主要利益相关方包括消费者、投资者、员工、政府和监管机构、商业合作伙伴、协会和非政府组织、社区等。因此长期以来，我们一直与利益相关方保持密切沟通，并根据他们的反馈调整我们的工作目标。

青岛啤酒与利益相关方沟通有着多种多样的平台和机制。我们定期发布公司年报，向投资者和公众报告公司的经营状况；另外，我们通过内部沟通、品牌传播、售后服务体系，以及参加行业论坛和展会、与利益相关方进行有效的双向交流。

通过这些沟通和交流，我们能更好地了解利益相关方对我们的期望，进一步促进我们的可持续发展工作。

尤为重要的是，青岛啤酒以本次报告为起点，今后将定期发布公司的可持续发展报告，全面系统地向利益相关方汇报我们的工作。

利益相关方	我们的责任
消费者	为消费者提供安全的高品质产品和服务
供应商	以诚信为基础的合作、共同发展
银行、金融机构等	诚信经营、按时还款
员工	为员工提供安全的工作场所、良好的福利待遇，关注他们的健康和职业发展空间
政府、监管机构等	依法纳税、遵纪守法
协会、政府（非政府）组织、社区	为社会的和谐和发展做出贡献；积极从事各种公益活动
投资者	提供合理的投资回报；及时准确对经营状况和重大事项信息进行披露



提供安全、 高品质产品——创造快乐

青岛啤酒的质量观是“畅饮快乐”。用纯净自然的原料和先进的生产工艺，酿造出安全、健康的产品，满足并超越消费者的期望，是青岛啤酒质量工作的永恒主题。

食品安全是我们最基本的社会责任。食品安全战略是公司发展战略里最核心的部分。青岛啤酒以法律为底线，通过管理体系来保证食品安全。

2003年和2006年，作为中国啤酒行业首家获得国际体系认证的企业，公司总部分别通过了

HACCP体系认证和ISO22000体系认证，并在公司下属工厂推广。作为北京奥运赞助商，青岛啤酒参与制定了《奥运啤酒食品安全技术标准》。

我们通过一个“大质量体系”，将原料、生产、物流和消费环节纳入其中，实现全过程控制。我们对每一个细节都有着严格的质量要求，保证了产品的高品质。

- 严格的食品安全体系
- 统一的质量管理
- 全过程的品质保障
- 全方位的品评体系
- 创新的核心技术

严格的食品安全体系——创造快乐

食品安全方针

- * 严格遵守相关国家及地方的法律、法规和其它要求。
- * 用高度负责的态度及科学的方法针对原料、酿造、包装、贮存、运输等过程进行全面的危害分析，找出需控制的风险，为消费者提供可安全饮用的啤酒。

食品安全体系

公司的食品安全通过严格执行食品安全管理体系和食品安全防控计划来得到保证。

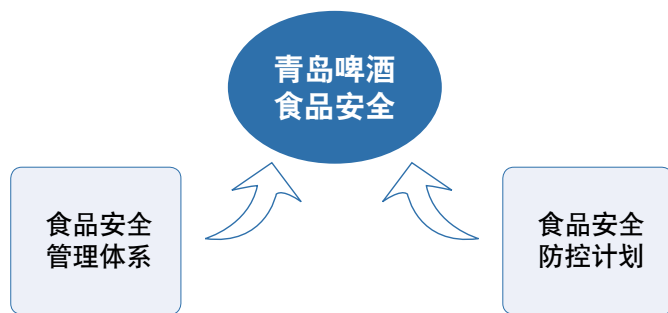
食品安全管理体系主要针对可以预测的污染因素进行管理。我们通过遵守相关法律法规，并根据工艺流程进行全面危害分析，由 HACCP 计划和“操作性前提方案”进行控制。

食品安全防控计划着重于保护食品，防止其遭到蓄意的污染。我们针对设施、人员、运输过程、用水、信息等环节进行详细的评估，制定有效的预防性操作计划。

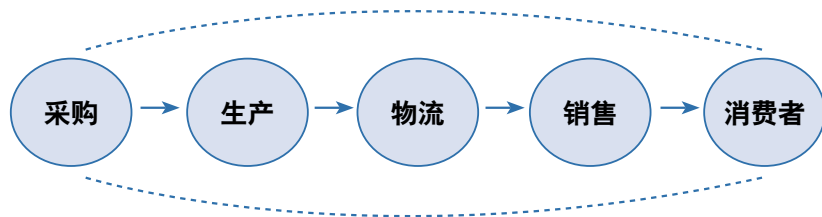
总裁负责制

青岛啤酒高度重视食品安全，总裁为公司食品安全的责任人。

- * 食品安全内控标准高于国家标准。
- * 产品出口 62 个国家和地区，食品安全指标符合美国 FDA、欧盟食品安全指令、日本工业标准、联合国食品法典等法律法规。



价值链各环节实施食品安全体系



我们的任务就是要保证食品安全，事先对全过程进行风险评估，确认关键控制点并有效管理，持续改进，系统性消除食品安全风险。

——青岛啤酒股份有限公司质量总监 皮向荣

统一的质量管理——创造快乐

垂直的组织架构

公司拥有 53 家啤酒生产厂，为了使所有生产厂在质量控制上保持高度一致，我们实行了垂直的质量管理组织架构，由总部对每个工厂实施点对点管理，工厂总酿酒师直接对公司总酿酒师负责，减少中间环节，使统一的质量标准在全公司得到贯彻。

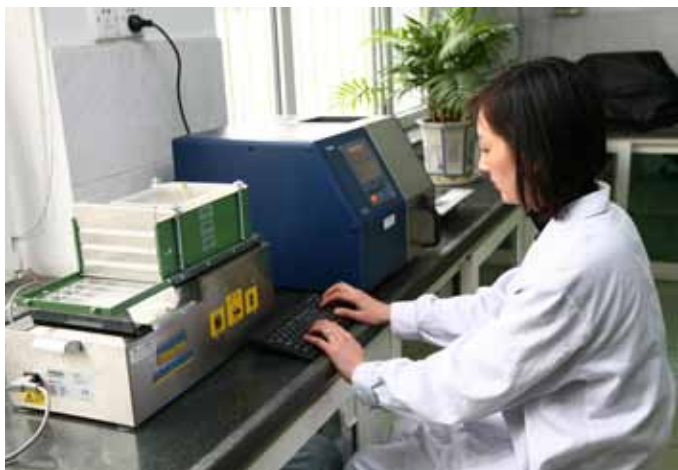
统一标准

公司按照统一原料、统一酵母、统一工艺、统一设备的“四统一”原则，建立了系统的标准化体系，保证了产品质量的一致性。

实时监控

为了对众多工厂的质量情况进行实时监控和管理，每个工厂按照统一的方法进行检测，并将数据纳入到公司的 ERP 质量系统中，实现了质量数据的在线实时查询和自动分析。

通过该系统，总部和各工厂总酿酒师可以随时随地监测到每个工厂的质量状况，及时发现异常点，即时改进。



从水开始，保持口味一致

在青岛啤酒研发中心实验室里，一瓶瓶采自各地工厂的酿造用水正在检测。在这些密封瓶的标签上，详细记录了每瓶水的采集时间、批次、标号等详细信息。而在另外一个房间，同样取自各地工厂的麦汁正在检测中。这些检测的根本目的，是要确保无论哪个工厂生产的青岛啤酒产品品质的一致性。

随着公司国际化进程的加快，青岛啤酒的规模必将越来越大，在质量管理上的挑战也会日益增强。无论如何，我们质量管理的目标不会改变，那就是将所有的工厂整合成“一家啤酒厂”。

——青岛啤酒股份有限公司总酿酒师兼技术质量管理总部部长、科研中心主任 董建军



全过程的品质保障——创造快乐

青岛啤酒致力于由产品导向型向消费者导向型的转变，因此，我们的质量控制并不仅停留在传统的保证产品合格的层面上，更向上游和下游进行了

延伸。我们建立了一整套从原料、生产、物流到消费者的全过程的品质保障体系，为消费者创造快乐。

用我们的激情酿造出消费者喜爱的啤酒，为生活创造快乐

12

提供安全和高品质产品



一瓶青岛啤酒背后的细节

原料

水

- * 对于酿造水源的控制，青岛啤酒内控标准中的关键性指标均高于国家标准。
- * 成熟的水处理技术确保酿造用水的一致性。
 - * 及时在线检测与检验。
 - * 酿造用水经过 7 级处理及 50 多项指标的严格检验。
 - * 每日对水源进行微生物检验，每周对水质进行分析。
 - * 在工作现场，每 2 小时对酿造用水进行品尝。

麦芽、大米和酒花

- * 精选加拿大、澳大利亚、法国和中国的优质大麦。
- * 每一批大米和酒花都要按 HACCP 要求提供齐全的质量保证证明。
- * 在对方出具材料证明的同时，原料还要经青岛啤酒实验室检验鉴定后进行小批量试用，根据内部鉴定报告，最终确定是否采购。
- * 进货现场的严格抽样检测，实行“安全否决制”。

生产

- * 标准化质量控制体系，保障品质的全过程。
- * 1800 多个质量控制点的严格检测。
- * 全程纯净化酿造工艺。
- * 为保证酿造过程的纯净化，接触啤酒的生产过程采用封闭生产，实现了全程纯净化酿造。
- * 定期统一为所有工厂提供酵母菌种。

物流

- * 根据市场需求，准确供应；科学订单管理，将原料和生产环节中的“新鲜度管理”运用到物流中。
- * 遵循“绿色物流”理念，保证产品质量，减少物流对环境的影响。

消费

- * 开通了行业唯一一条 800 服务热线。
- * 我们倡导理性饮酒。在产品标识上标注“过度饮酒，有害健康”的提示。



大米



水



酒花



麦芽



我们对于纯净的酿造环境的要求达到了苛刻的地步。比如，我们用牙刷去清洗下水道；过滤环节中，管路取样口都是浸泡在装有酒精的小桶里。一系列的细化措施杜绝了外来物质进入酒液的可能，将染菌的几率降至最低。

——青岛啤酒厂工人 李洪财



全方位的品评体系——创造快乐

科学的检验技术能满足全球消费者对高品质产品的追求。但我们同时也非常关注消费者感性的质量鉴定标准，因此我们建立了一套全方位的品评体系和标准，由我们的品评师从麦芽、啤酒花、酵母的筛选、啤酒酿造、装瓶过程到与啤酒接触的所有材料进行品评。

品水

水的口感、口味、矿物质种类和含量等对啤酒的品质和风味作用重大。青岛啤酒的品评师用敏锐的味蕾鉴别水质，再加以先进的水处理技术，使青岛啤酒酿造用水达到统一标准。

可以说，我们的专业品评师是消费者的食品安全检测师。

品麦

品评是筛选大麦和麦芽的第一道关。我们的品评师每年都要到国内外主要大麦产区，筛选优质大麦。通过品评师的品尝和科学的检测试验流程，选择能够满足“好啤酒有麦香”的大麦和麦芽。

品酒

从麦汁、发酵液到成品，我们对每一道工序都要品评，与酒接触的所有材料也不例外，如瓶垫，以免任何异味影响酒的口味。啤酒生产出来后，还要全程跟踪品评测试酒的抗老化程度，以保证产品的新鲜度。



专业的品评师团队

青岛啤酒拥有专业的品评师队伍。至今，我们已有8名国家级啤酒评委，占全国国家级啤酒评委总数的16%。我们还持续开展品评培训，组织品评大赛，品酒专业学习，全面提高品评团队的专业素质。



品评是通过感觉器官来完成的。一名合格的品评师不仅需要与生俱来的灵敏味觉和嗅觉，还要经过系统的训练和长期实践的积累，才能练就品酒的能力。希望通过我的品评把关，生产出高品质的啤酒，让消费者体会到畅饮的快乐和满足。

——青岛啤酒股份有限公司技术总监、国家级品评师 李华



创新的核心技术——创造快乐

强大的科研力量

- * 青岛啤酒科研中心是国内啤酒行业第一家国家级企业技术中心。
- * 中国啤酒行业第一家企业博士后科研工作站。
- * 完成 9 项国家级重点技术创新项目。
- * 承担 2 项“十一五”国家科技支撑计划重点项目。
- * 荣获 15 项省部级科技进步奖，13 项青岛市科技进步奖。
- * 主持和参与制定国家和行业标准 62 项。



引领行业的创新技术

- * 青岛啤酒是中国啤酒行业唯一两获国家级科技进步奖的公司。
 - “啤酒风味物质图谱技术”
 - “啤酒高效低耗酿造技术”
- * 我们拥有 6 大自主核心技术。除荣获国家级科技进步奖的两项技术外，另外是：
 - 高辅料高浓酿造技术
 - 微生物快速检测及鉴定技术
 - 菌种保藏及鉴定技术
 - 原料品种鉴定技术



青岛啤酒风味物质图谱技术

青岛啤酒是国内率先利用图谱技术进行过程控制的啤酒企业。

我们在国内首次建立起涵盖啤酒主要风味组分的 214 种物质的定性分析和 174 种成分的定量分析方法，确立了青岛啤酒特征指纹图，形成了较完整的啤酒风味物质图谱数据库。由于该技术的应用，我们实现了异地生产青岛啤酒。

无糖海洋生物啤酒——欢动啤酒的研制

研制开发出酶法低温、高发酵度的新型糖化工艺和海洋生物技术相结合的啤酒酿造新技术，增加了来源于牡蛎提取液的牛磺酸、生物锌等活性物质，工艺独特，技术先进，填补了国内运动类啤酒的空白。

具有碳水化合物低、热量低、口感干净清爽等特点，能有效减少人体对糖、热量的摄取，为青岛啤酒增加了一个充满健康时尚元素的淡爽型新品种。

基因芯片在啤酒污染菌检测鉴定领域的开发与应用

青岛啤酒研制开发出两种啤酒行业专用的基因芯片，可以在 4-5 小时内鉴定出多达 96 个样品中的污染菌种类，改变了传统耗时 7-14 天的检测方法，实现了快速高效的啤酒污染微生物的检测和鉴定。

这是国内外首次将基因芯片技术应用于啤酒生产过程及品质监控，颠覆了传统的微生物控制模式。

应用该技术实现了对产品生产过程的实时质量监控，保证了啤酒的纯净化生产，使成品啤酒即时出库，保持了啤酒的新鲜度。

科技创新是青岛啤酒不断发展的动力源泉。通过技术创新增强产品竞争力，实现公司价值的增长，并始终站在国际酿造技术的前沿，提升中国啤酒行业的创新能力，是我们始终追求的目标。

——青岛啤酒股份有限公司科研开发中心副主任 单连菊



保护环境——创造快乐

青岛啤酒奉行“好心有好报”的环境观。我们利用地球母亲赐予的资源，创造出蜚声世界的啤酒，虽然有骄人业绩，但我们深知一切皆源于自然，并最终归于自然。为了建设一个充满生机和希望的和谐社会，我们有责任和义务积极推进循环经济的发展，致力于资源节约型社会的建设，为子孙后代留下充足的发展条件和发展空间。

我们在 2008 年编制了《青岛啤酒环保手册》。该手册将环境管理体系建设、制度流程建设、相关的法律法规、循环经济各项指标和内部最佳实践交流等方面内容传播到全公司，成为公司环保管理工作的指导性文件。



- 发展循环经济
- 珍惜水资源
- 关注气候变化
- 鼓励员工及合作伙伴
为环境做贡献

发展循环经济——创造快乐

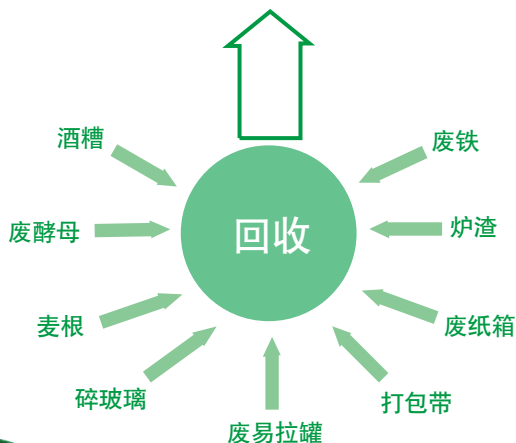
循环经济，是指在生产、流通和消费等过程中进行的减量化、再利用、资源化活动的总称，简称“3R”原则。

发展循环经济是企业经济责任和环境责任的双赢，一方面能帮助企业降低经济成本，同时也能减少对自然资源的消耗。

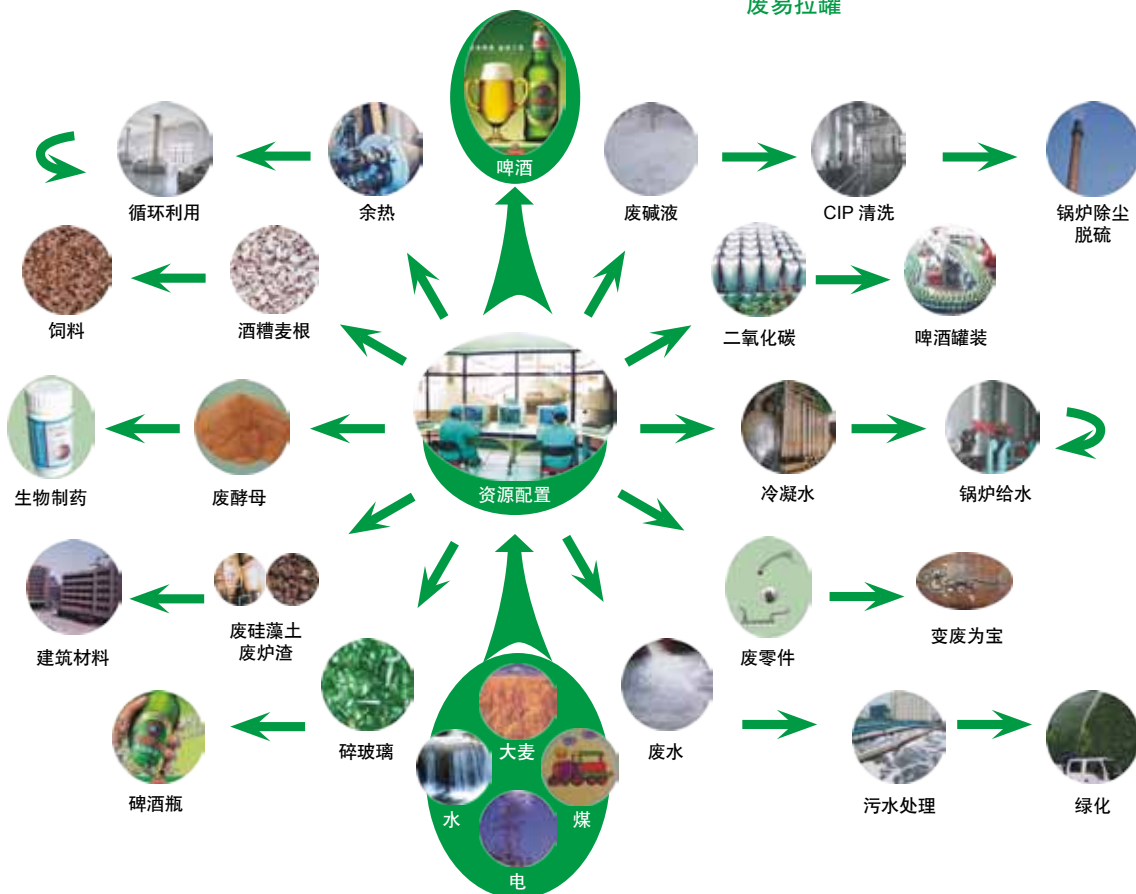
青岛啤酒长期以来遵循 3R 原则，全力打造循环经济的经营方式。青岛啤酒董事长金志国多次提出了加快《循环经济法》立法的议案。《中华人民共和国循环经济促进法》于 2009 年 1 月 1 日开始正式实施，这进一步证明了我们发展循环经济的自觉性。

2008 年以下品类的废旧物资回收利用率达到 **100%**

在青岛啤酒没有废物，所谓废物就是放错了位置的资源。我们把别人眼中不起眼的废旧物资用最优的资源配置方式，创造了增值。



青岛啤酒循环经济链示意图



珍惜水资源——创造快乐

水是生命之源，也是酿造啤酒不可缺少的重要原料。青岛啤酒将水视为公司可持续发展的重要战略资源。

节约用水

青岛啤酒积极采用节水新工艺、新技术和新设备，减少用水量。

- * 优化刷洗工艺，减少用水
- * 推广使用国际领先的节水型设备
- * 完善三级计量，严堵跑冒滴漏
- * 洗瓶机喷淋水，废碱水回收利用
- * 推广使用中水回用技术

控制污水排放

严格执行国家法律和标准

- * 《中华人民共和国水污染防治法》
- * 《啤酒工业污染物排放标准》
(GB19821-2005)

污控投入

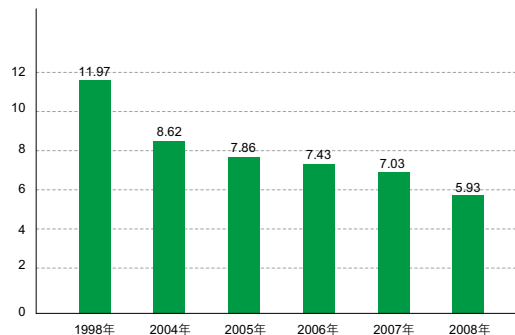
- * 2007年和2008年分别投入3285万元和3042万元，不断完善工厂污水处理设施。
- * 与工厂所在地环保局联网，建立了污水排放在线监控装置。



青岛啤酒麦芽厂经生化处理后的达标废水直接排海。该厂利用其处理后的污水养鱼，鱼儿可以健康生存。这表明该厂直排入海的废水已没有危害鱼类生存有害物质，不会对海洋生物造成危害。

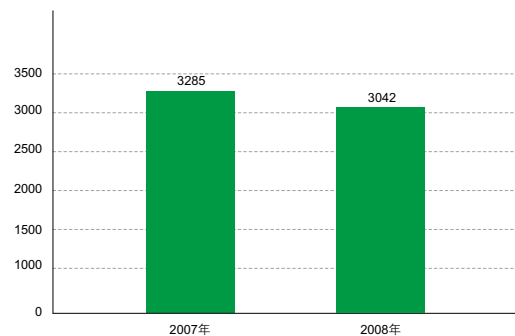


单位啤酒耗水 单位：立方米/千升



在过去几年中，我们的单位啤酒耗水持续下降。2008年，单位啤酒耗水同比下降了15.65%。

污控投入 单位：万元



公司2008年COD排放总量较2007年减排268吨。2008年，在啤酒产量同比增长7.44%的情况下，单位产品COD排放量同比下降16.39%。

关注气候变化——创造快乐

气候变化已成为威胁全球环境的一个重要因素。作为工业生产等人类活动的副产物，温室气体是导致气候变化的主要原因。青岛啤酒一方面在控制温室气体排放方面积极投入大量资金，同时也致力于节能降耗，最大限度减少对环境的负面影响。

我们排放的温室气体主要来源于3个主要方面：煤的燃烧、工艺过程中产生、啤酒废水处理。我们针对这3个方面分别采取相应的措施，降低了能源的消耗，增加了二氧化碳和沼气的回收利用。2007年，公司综合减排二氧化碳19.08万吨，2008年又综合减排二氧化碳15.28万吨。



节约燃料

- * 糖化热能回收
- * 采用锅炉蓄热器
- * 蒸汽冷凝水回收
- * 提高锅炉效率
- * 采用集中供热

青岛啤酒2008年单位综合能耗比2005年下降了22.43%，提前超过了国家“十一五”2010年单位GDP能耗比2005年下降20%的节能目标。

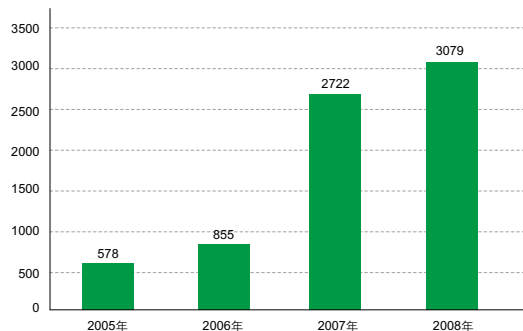
高效低耗酿造技术成果

该项技术自2003年开发后，在青岛啤酒推广6年，在没有增加设备投资的情况下，为公司新增利税73.1亿元，新增产量817万吨，相当于一个20万吨的大型啤酒厂40年的产量。节约的用水量相当于青岛城市近77天的供水量，达到6393万吨；累计节约的用电量可供青岛城乡居民使用77天，达到85245万千瓦时；节约标煤95.88万吨，累计节约资源成本12.41亿元。

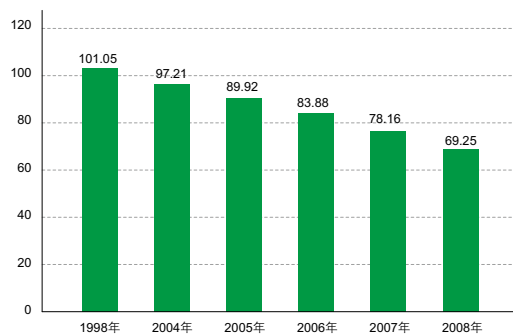
节约用电

- * 实施变频改造
- * 无动力风机代替风筒电机
- * 采用啤酒速冷技术
- * 提高制冷效率
- * 应用蒸发式冷凝器
- * 应用节电器

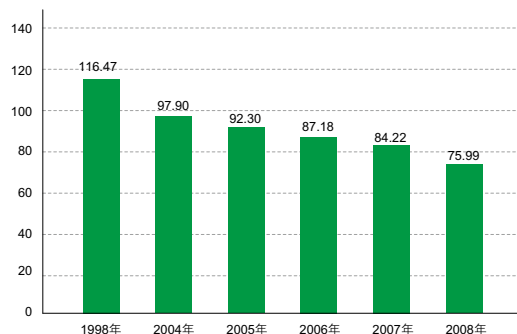
公司节能技术改造投资 单位：万元



千升酒耗标煤统计表 单位：千克/千升



千升酒耗电统计表 单位：千瓦时/千升



回收二氧化碳

在啤酒液发酵过程中会产生大量二氧化碳。近三年公司先后投资 4231 万元，加装二氧化碳回收装置，对二氧化碳进行收集、压缩、净化、干燥、冷却、液化、储存，然后用于啤酒灌装、过滤等生产所需。



啤酒发酵产生二氧化碳



设备回收二氧化碳



灌装使用二氧化碳

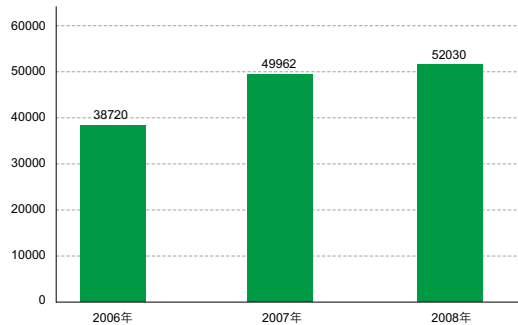
沼气回收

啤酒废水在厌氧处理阶段会产生大量沼气（主要成分为温室气体甲烷和二氧化碳）。青岛啤酒先后在深圳厂、西安厂、啤酒二厂、济南厂、滕州厂和菏泽厂等 6 家工厂建设了沼气回收利用装置。既减少了沼气的排放，又替代了部分燃料。



深圳厂沼气锅炉

二氧化碳回收总量 单位：吨



二氧化硫减排总量

公司通过节煤、节电和脱硫设施的优化改进，2007 年和 2008 年分别减排二氧化硫总量 3904 吨和 3837 吨。

鼓励员工及合作伙伴为环境做贡献 ——创造快乐

员工独创节能法

青岛啤酒鼓励员工积极投入到公司的环保和节能减排中来。通过征集节能减排建议，开展“金点子活动”等工作，最近几年，公司先后涌现出许多独特的以员工名字命名的节能法：如洪源薄膜、薛刚护瓶板、若明双叉、刘明节煤法、春艳节电法、赵亮制冷系统整合法。

2008年，我们共收集到优秀合理化建议133条，产生了3600万元的经济效益。



青岛啤酒员工用废旧材料制作的仙鹤

与合作伙伴携手环保创新

青岛啤酒鼓励和推动合作伙伴参与环保节能行动。我们在带动供应链相关方业务发展壮大的同时，也帮助他们改善管理，完善其环境管理体系，并进行环保合作。



薛刚护瓶板：青岛啤酒厂包装车间值班长薛刚仅仅花了100元人民币，使包装效率大幅度提升，且为企业年产生直接效益20多万元。

青岛啤酒主要的环保业绩

- * 2001年和2002年，在国内啤酒行业率先通过了ISO14001环境管理体系认证和清洁生产审核。
- * 2007年，被山东省政府评为首批“山东省节能突出贡献企业”，同年被推荐为山东省循环经济试点企业。
- * 国家环保部清洁生产中心的“国家清洁生产审核示范企业”。
- * 2008年，《啤酒废水厌氧沼气回收再利用项目》被评为国家第一批资源节约和环境保护示范项目。
- * 2008年，《啤酒生产二氧化碳回收再利用项目》被评为青岛市节约型社会建设示范项目。
- * 青岛市首家通过清洁生产审核的企业。
- * 2008年，被青岛市评为首批“青岛市节能突出贡献企业”。



纸箱供应商在青岛啤酒的影响下由油性印刷改为更加环保的水性印刷。



2006年，青岛啤酒与美国波尔公司和青岛美特公司经过联合试验，将罐体铝材厚度从0.295mm降到0.280mm，大大降低了资源消耗。

作为中国最有影响力的啤酒品牌，青岛啤酒也要在环境保护方面做到处处领先，带动整个行业环境标准的提升。

——青岛啤酒股份有限公司副总裁兼制造中心总裁 樊伟





关爱员工——创造快乐

青岛啤酒的人才观是“合适的人干合适的事”。青岛啤酒认为：任何员工只要放在合适的位置，都可以为企业创造价值。“没有完美的个人，只有完美的团队”，关键是“适人适岗，优势互补”。员工是保证青岛啤酒可持续发展的核心资产，我们始终坚信“人的价值永远高于物的价值”。

为此，我们发展了一整套吸引和培养优秀人才的机制，建立了员工职业健康安全管理体系，健全员工沟通制度，同时在遵守国家各项法律法规的基础上，制定了适合本企业的用工制度，充分保障员工的合法权益。

- 以机制激活人力资源
- 重视员工安全和健康

以机制激活人力资源——创造快乐

员工培养与发展

双阶梯职业发展通道

我们为员工设立了行政职务与专业管理职位双阶梯职业发展激励通道，让每个员工都能找到最适合自己的位置。

三级人才库

行业率先建立“三级人才库”（基层人才培养，中心人才共享，集团总部人才积聚），其中集团总部级人才库 276 人，中心级 329 人，基层 2959 人，为青岛啤酒发展提供了大量的人才支持。

青岛啤酒管理学院

青岛啤酒管理学院为专业技术员工搭建了一个学习、共享、实践的平台，2008 年累计实施培训 152652 课时，参训人次达 18090 人。

- * 创建专业学校：包装、酿造、动力、QA 学校等。
- * 设立培训基地：营销微观运营、大客户培训基地。
- * 促进国际交流：国外长短期培训、影子总裁、A-B 最佳实践交流。
- * 持续的梯队人才培养：常态化的 MBA 课程班、酿造研究生班、管理训练营等。

技能大赛

全面推广 OJT（On Job Training）在岗培训，每两年一届技能大赛，出台了《技能师评聘管理制度》，先后有 4 名荣获省市级首席技师称号，7 名员工被聘为青岛啤酒首席技能师，116 人获高级技能师，打造了一支竞争对手不可模仿的竞争力——技能师队伍。

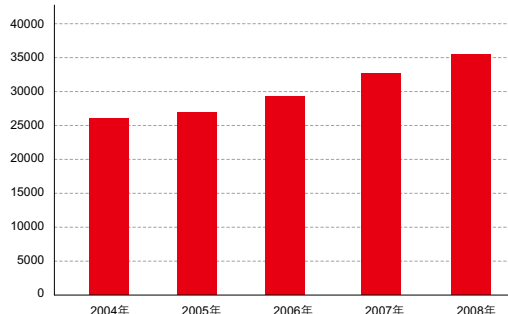
薪酬与福利

- * 基于岗位价值和员工成长的薪酬激励机制。
- * 基于不同业务属性的营销、制造、研发等六套个性化的外具竞争力、内兼公平性、体现个人价值的薪酬模式。
- * 让员工分享企业的经营成果，员工收入水平随企业发展每年持续增长。
- * 严格遵守国家和省市相关政策，为员工提供了完善的社会福利保障体系。

“在技能大赛中，通过与专家和参赛员工面对面交流，使我在短时间内汲取了更多的专业知识，提高了操作技能，拓宽了视野。”

——两届灌装工冠军得主 张艳（青岛啤酒厂）

青岛啤酒在岗员工总量图



（截至 2008 年 12 月 31 日，我们在岗员工为 35763 人，平均年龄为 34 岁，男女性别比为 7:3）



赴美国 A-B 公司在岗培训



100 万元重奖获国家科技进步二等奖“啤酒高效低耗酿造技术”项目的有功人员。



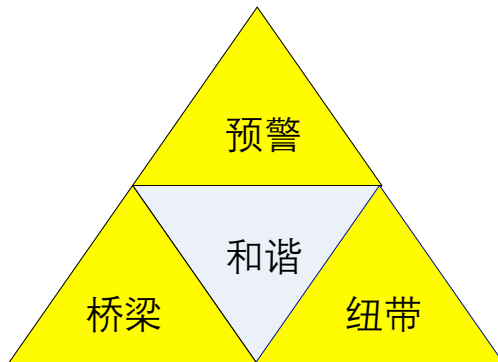
和谐的员工关系

建立双向沟通机制

- * 坚持民主协商，每年召开两次职代会。
- * 员工面谈机制。以制度保证员工入职面谈、离职面谈、绩效面谈、升降职面谈的实施。
- * 推广先进理念。2007年起在各单位推行劳动关系管理委员会机制(LRC, Labor Relations Committee)。
- * 政策解读。常年聘请劳动方面的法律顾问，并通过企业内部期刊、论坛、网络、会议等渠道宣传、解释各级政策法规以及公司规章制度等。
- * 员工参与。通过QC小组、跨部门团队、自主管理班组、合理化建议、技术革新等鼓励员工群策群力。

依法保障员工权益

依据《劳动合同法》和《劳动合同法实施条例》等法律法规，通过民主协商程序制订实施《劳动合同管理办法》、《职工带薪年假内控管理规定》、《劳动关系管理指导手册》、《企业女职工特殊保护专项集体合同》等制度。



LRC 运作机制



食堂孕妇餐桌

快乐工作，快乐生活 让员工充分体会到 成就感、成长感和归属感



青岛啤酒的奥运志愿者



新员工集训



青岛啤酒员工参加沙雕大赛
作品 - 沙雕与梦想



员工篮球对抗赛

优秀雇主

- 2004年，青岛啤酒入选“中国100最佳雇主”
- 2005年，青岛啤酒入选CCTV年度最佳雇主20强
- 2007年，青岛啤酒荣膺“中国年度最佳雇主企业”
- 2008年，青岛啤酒入选“青岛市首届最佳雇主10强”

我们的人力资源管理使命是“以机制激活人力资源，营造和谐发展氛围，为员工创造快乐。”

——青岛啤酒股份有限公司副总裁 姜宏

重视员工安全和健康——创造快乐

我们的安全要求

不伤害自己、不伤害他人、不被他人伤害。

完善的体系、标准和制度

- * OHSAS18001 职业安全健康管理体系
- * 发布了公司《安全管理体系建设手册》
- * 43 项安全生产规章制度
- * 10 大高风险作业管理模块
- * 建立锅炉、氨泄露、消防应急逃生等多项应急预案，定期演习

培训

我们每年举办各类安全教育培训，所有子公司总经理和专职安全管理员均通过安监部门的安全教育培训。全公司 3718 名特种作业人员均持证上岗。



工伤事故和职业病

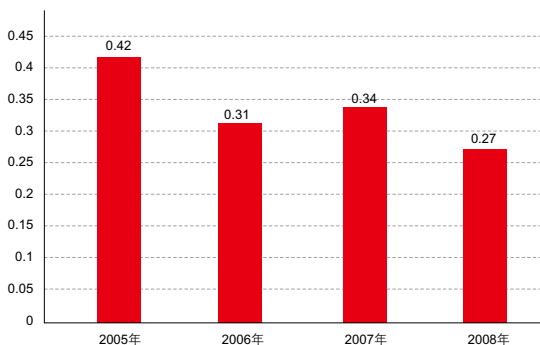
截至目前，我们未搜集到任何关于员工患职业病的案例。

在减少和预防工伤事故领域，我们在 2008 年的突出表现有：

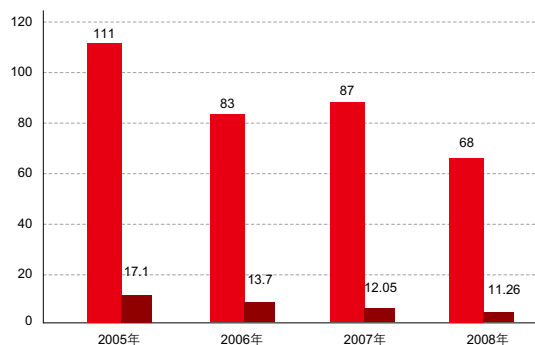
- * 工伤事故数量较 2005 年下降 38.7%
- * 百人工伤率较 2005 年下降 0.15
- * 损失工作日较 2005 年合计减少 583 天



百人工伤率



工伤次数及损失工作日





关心社会——创造快乐

作为社会的一分子，青岛啤酒始终不忘回馈社会，关注社区和公众的需要，真诚奉献，做有责任感的企业公民。给社区带来积极影响和贡献是衡量一个企业可持续发展工作的重要指标之一。

2008年，北京成功举办了奥运会。作为北京奥运会的啤酒赞助商，我们为自身的积极参与深感自豪。从正式成为奥运赞助商的那一天起，青岛啤酒举办了各种各样的活动，不遗余力地推广全民奥运理念，做奥运精神的最佳传播者，让更多的人来关注奥运、参与奥运、感受奥运。

- 理性饮酒
- 社会公益
- 我们的奥运行动

理性饮酒——创造快乐

酒是古今中外人类文化的一部分，能给人们带来欢乐。但是，作为负责的啤酒制造商，青岛啤酒清醒地认识到饮酒不当也会给消费者的健康以及社会带来负面影响。

我们的主张

未成年人应远离酒精

由于发育不成熟，未成年人对酒精的耐受力很弱，饮酒会对他们的身体造成伤害。同时，未成年人的心智和判断力也处于成长阶段，在酒精的作用下，容易出现不理智的行为。

孕产妇应避免饮酒

孕妇在怀孕期饮酒可能会给胎儿带来潜在的健康风险。在哺乳期饮酒，酒精也有可能通过乳汁给婴儿造成伤害。

司机应杜绝酒后驾驶

酒后驾车造成的事故频频发生，不仅给司机和乘客带来极大的生命危险，也会让无辜的人付出无可预料的健康和生命代价，给很多家庭造成痛苦。

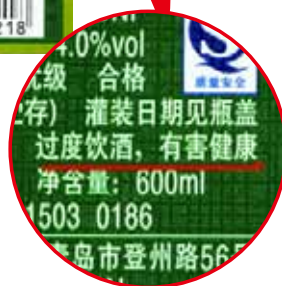
任何消费者都应理性饮酒

无节制的饮酒对每一个消费者都会形成身心上的伤害，同时，酗酒成瘾的人也可能对其周围的人构成威胁。

我们的措施

基于我们的主张，青岛啤酒已经开始采取行动，体现倡导理性饮酒的责任。

- * 在由中国酿酒工业协会啤酒分会和青岛啤酒等发起的“倡导理性饮酒，作良好企业公民”论坛上，青岛啤酒股份有限公司副总裁樊伟代表公司支持论坛主题，并号召啤酒业的同行积极行动起来，主动承担对社会的责任。
- * 我们的产品标识明示“过度饮酒，有害健康”。
- * 与青岛交通电台合作，提醒司机“美酒好喝莫贪杯，青岛啤酒提醒您请勿酒后驾驶”。
- * 为消费者开发生产低酒精度，低热量的产品，引导低酒精度产品的消费。



我们还将采取更多的行动，倡导理性饮酒！

社会公益——创造快乐

汶川地震

2008年5月，四川汶川发生8.0级地震。我们迅速启动紧急预案，先后组织了4次捐助，向救灾机构提供资金援助，共计1357万元。

此外，我们启动“爱心家园—援助灾区重建计划”。该计划涵盖了“成长计划”、“抚慰计划”、“残疾人创业计划”、“心理救助计划”和“重返校园计划”等方面，重点关注灾区的特殊人群——孤儿、孤寡老人和残疾人。



公司志愿者和四川灾区的孩子们在一起

南方雪灾

2008年1月，中国南方遭遇严重冰雪灾害。我们紧急抽调湖南区域上百名员工，将面包、饼干、纯净水、棉大衣等救助物资送入京珠高速湖南路段的受困群众手中。

受冰雪灾害的影响，南方大量返乡人员无法回家过年，我们携手深圳市劳动和社会保障局在深圳南山、宝安、福田、龙岗区等地举办为期15天的“爱在鹏城”关爱外来工大型巡演。



公司执行董事刘英弟参加青岛啤酒四川地震灾区心理援助计划启动仪式，向灾区人民传递爱心



公司员工援助受困群众

改善社区环境——降噪减排

青岛啤酒四厂为了减少啤酒生产“上瓶”和“出瓶”时发出的撞击声对周边居民的影响，先后投入100多万元，把噪音相对大的进瓶车间挪到了远离小区的位置，并设立了隔音棚。

为了减少厂区散发的异味对居民生活的影响，青岛啤酒四厂又投资100多万元把厂区的下水道全部重新改造。此外，还废除两台燃煤锅炉，实行集中供热。这样一来，影响居民生活的噪音、异味、废气都得到了有效治理。

助残扶贫

我们连续5年支持青岛市残疾人福利基金会开展的针对农村残疾困难群体的安居工程，截至2008年已累计捐款168万元。在社会各界的鼎力相助下，“安居工程”进展顺利，截至2008年，已有4273余户农村贫困残疾人家庭喜迁新居。

青岛啤酒博物馆专为残疾人士设置了无障碍通道，为他们更多地参与社会生活提供了保障和支持。

为残奥会捐赠150万元人民币，旨在进一步支持中国残疾人体育代表团备战工作，营造全社会关心残奥会的氛围。

资助教育事业

从1996年至2008年，我们和青岛市教育发展基金会合作，设立“青岛大学—青啤公司专项奖学金”。12年间，我们通过基金会向青岛大学捐赠奖学金高达76万元，近千名青大学子从中受益。

2008年1月，我们与青岛市教育发展基金会、青岛大学进行该项基金设立以来的第四次续约，捐赠基金额度提高到300万元。

此外，我们多年持续资助山东省轻工业学院和青岛啤酒学校，并且每年向无锡轻工业学院捐款30万元。

2005年，与青岛市教育发展基金会合作，捐赠72万元设立为期三年的“青啤优秀园丁奖”；2008年，公司又进行新的投入，为今后三年追加72万元。



- * 2008年，公司第六次荣获由《经济观察报》评选的“中国最受尊敬企业”称号
- * 2008年，公司荣获“人民网”评选的“人民社会责任奖”称号
- * 公司荣誉“2008山东十大责任企业”荣誉称号
- * 公司荣誉“2008年度中华慈善奖”称号

希望工程

2007年3月，我们参加了由中央电视台主办的“春暖2007之《财富手拉手 希望一起飞》大型公益活动”，并向希望小学的孩子们捐款50万元以购置必需的体育器材。

2007年5月，我们主办了“青岛啤酒·梦想同行·六一关怀计划”公益活动，在六一儿童节前夕到河北省重点贫困县张北地区的九连城寄宿制小学，为孩子送来了图书、学习用品、办公用品等物资。

青岛啤酒近年的部分慈善项目

从1999年开始，每年赞助青岛青年志愿者10万元赴贵州进行智力扶贫，并主动接收志愿者到公司工作；每年两次捐赠衣被支援云南、贵州等省的贫困地区，近三年共捐衣被近4万件。

1996至2003年，每年投入100万元作为“青岛市爱心基金”帮助弱势群体。

2002年参加由中国慈善总会和中国儿童少年基金会发起的“中国儿童慈善活动日”大型公益活动，共集款50万元。

2002年，为支持“青岛市中华骨髓库”的创建，青岛啤酒一厂184名员工报名参加捐献骨髓的活动，98名符合条件的员工接受了血样抽取，青岛啤酒一厂成为青岛市骨髓库中人员最多的集体捐献团体。

2005年，青岛啤酒青岛地区员工向印度洋海啸灾区捐款77510元。

财富从产权上来讲是属于某个企业或组织的，但从根本上来讲，财富是属于全社会的。在青岛啤酒，我们一向提倡：关爱他人、为建立“和谐社会”做贡献，是我们义不容辞的责任。

——青岛啤酒股份有限公司副董事长 王帆



我们的奥运行动 ——创造快乐

系列活动弘扬奥运精神

我们对奥运会的支持，不仅只针对参加奥运比赛的运动员，我们还向全社会宣传奥运精神。为此，自2006年至2008年，我们分阶段进行了一系列全民参与奥运的大型活动：

我们启动“奥运大篷车”在全国路演，遍及全国2000多个城镇，向大众宣传奥运。

举办“青岛啤酒-我是冠军”大型户外竞技电视活动，吸引了几十万不同年龄、不同肤色的体育爱好者的参与。

与其他组织合作，举办“倾国倾城”活动，利用奥运契机，帮助城市提高自身的知名度。

开设全球奥运激情网站、设立奥运体验中心、奥运文化广场，向社区宣传奥运知识、开展丰富多彩的文化和娱乐活动。



公司副总裁姜宏(右)与国际残奥会副主席米格尔·萨加拉交接火炬



在不同城市开展的“青岛啤酒-我是冠军”活动都吸引了数以万计市民的热情参与



坐轮椅的女博士也积极参与到我是冠军比赛中来



青岛啤酒倾国倾城活动晚会现场



公司营销总裁严旭(右)向“震中英雄”一家赠送奥运门票和福娃

奥运会是全人类的盛会，代表了和平、包容、进取和公平精神。我们围绕奥运开展各项活动，就是要普通大众感受积极向上的奥运内涵。

——青岛啤酒股份有限公司副总裁兼营销中心总裁 严旭



共创经济繁荣——创造快乐

创造经济财富是企业可持续发展的基础。

青岛啤酒通过战略管理、技术创新、保证品质，促进了自身业务的增长，不仅为股东带来了丰厚的回报，还为社会创造了大量的就业岗位和税收。

在加快自身业务发展的同时，我们深信“每个企业要建立自己的‘和谐经济圈’”。在过去的数十年中，青岛啤酒不仅实现了自身的快速增长，同时还推动了上下游企业的增长，实现了共同发展。

- 为股东和社会创造财富
- 与上下游伙伴共同发展
- 促进当地经济发展

为股东和社会创造财富——创造快乐

用我们的激情酿造出消费者喜爱的啤酒，为生活创造快乐

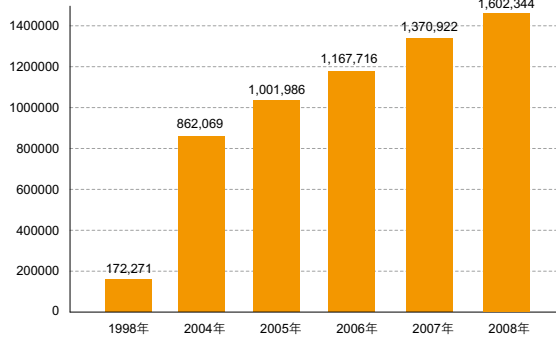
高效的管理体制和严格的公司治理机制，以及遍布全中国的生产和分销网络，保证了公司强大的盈利能力。

2008年公司营业收入达到160亿元人民币
 2008年公司利润总额达到11亿元人民币
 2008年公司股东分红金额达到2.9亿元人民币（注：分配2007年盈利）

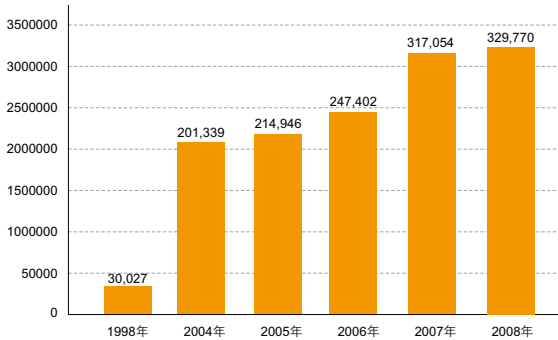
由于出色的业绩，公司纳税额年年增长。

2008年公司实现税收达33亿元人民币

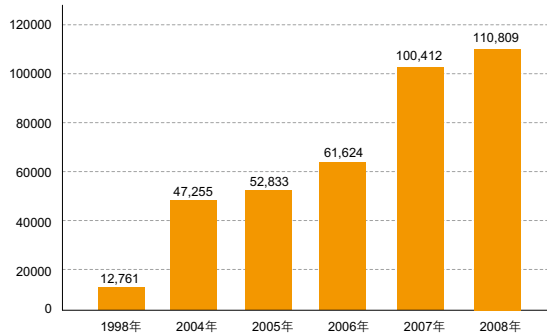
公司营业收入 单位：万元



公司纳税额 单位：万元



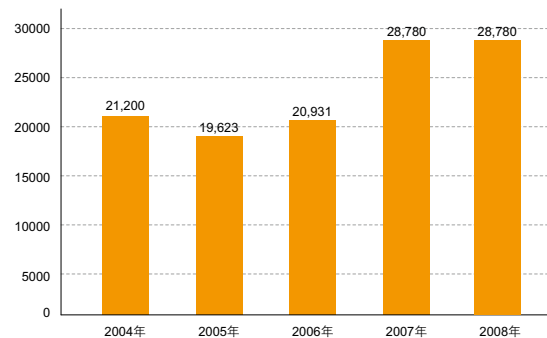
公司利润总额 单位：万元



公司曾获得国际权威的《IR》杂志组织评选的2004年度亚太区和大中华区小型上市公司最佳投资者关系工作奖。

由于在管理和产销业绩方面表现出众，公司于2007和2008年连续两次被评为“最具全球竞争力中国公司”（该评选由罗兰·贝格国际管理咨询公司和《环球企业家》杂志联合举办）。在获奖公司中，我们是唯一一家啤酒酿造商。

公司股东分红金额 单位：万元



一个有责任感的企业会充分认识到，企业的经营成绩不仅是自身的事情，也关乎社会的福祉。过去多年有效的发展战略使青岛啤酒得到了飞快的发展，我们也因此为社会贡献了大量的税收，给社会的繁荣带来了积极的影响。

——青岛啤酒股份有限公司执行董事、副总裁 孙玉国



与上下游伙伴共同发展——创造快乐

青岛啤酒一直以“**合作共赢、义中取利**”的理念与我们的上下游伙伴密切合作，无论是对上游供应商，还是对下游经销商，我们都以诚相待。

全力帮助供应商

公司积极识别合作伙伴，并建立长期合作关系，帮助供应商技术创新、改进质量、优化成本、改善服务，实现诚信合作、共同发展。

- * 建立以数据为基础的供应商综合评价体系，并将结果与供应商分享，协助其提高管理水平。
- * 定期与供应商召开专题会议，走访重点供应商，深入探讨创新、改进良策。
- * 选择优秀供应商，建立战略合作伙伴关系。

真心扶持经销商

以高品质的产品、高附加值的品牌、高效的运营模式保障经销商盈利能力。

- * 指导经销商发展庄家渠道模式，优化经销商盈利模式。
- * 建立客户经理制，一对一地帮助客户发展。
- * 完善客户培训体系，成立大客户培训基地，组织大客户开展最佳实践交流。



青岛啤酒经销商冯红伟和他的妻子曹艳



定期的供应商会议与走访是实现供我双方沟通一致、持续改进的最佳途径

位于崂山脚下的双台中学有一家校办纸箱厂。基于对教育事业的扶持，青岛啤酒将其纳入了供应商的行列。通过十多年来的合作，青岛啤酒帮助这家企业不断提高质量、成本管理水平和带动其发展壮大。今天，这家不到300人的小厂的销售额已经从几十万增长到1.3亿元，成为青岛市规模最大、实力最强的纸箱制造厂之一。

2006年，青岛啤酒荣膺由中央电视台和北京大学等机构联合颁发的“中国最具社会责任感企业”奖。以经济学家厉以宁为首的评委会对青岛啤酒的评价是：**把社会责任在价值链上延伸，带动上下游的共同成长是青岛啤酒履行社会责任的突出特点。**

作为青岛啤酒在深圳市的经销商，冯红伟在2007年青岛啤酒华南区经销商年会上获得“青岛啤酒金钻石经销商”的荣誉。

冯红伟1999年开始成为青岛啤酒经销商，此前他只是一个小卖店的店主。10年后的今天，他已经拥有了自己的企业，而且他的企业已发展成为深圳快速消费品行业规模最大的经销商，拥有现代化物流仓库，在资金、网络、配送、仓储、人员等方面都具有较强实力，市场占有率居于前列。

把青岛啤酒与合作伙伴结合在一起的不是简单的商业合作，而是用责任建立起的共生共长相互依存的纽带。

——青岛啤酒股份有限公司制造中心副总裁兼采购管理总部部长 于嘉平



促进当地经济发展——创造快乐

用我们的激情酿造出消费者喜爱的啤酒，为生活创造快乐

发起举办“青岛国际啤酒节”

1991年，青岛啤酒率先发起举办了“青岛国际啤酒节”活动。经过18年的发展，该活动已经发展为亚洲最大的啤酒盛会，并成为青岛市的“城市名片”。青岛啤酒节每年吸引大量慕名而来的海内外游客，为青岛市的各相关行业带来相当可观的旅游收入。

2008年第18届青岛国际啤酒节共接待海内外游客306万人次；消费啤酒达1060吨。开幕首日接待游客22万人次，消费啤酒66吨，创历届开幕首日接待游客数和啤酒消费量之最；接待参节旅游团队4000余个，创历届参节团队总数之最；参节外国游客达到8万余人次，创历届总数之最。



打造青岛“啤酒特色街”

登州路是青岛市一条老工业街，青岛啤酒的百年老厂就坐落在这条街上。2003年，公司在青岛啤酒百年老厂内投资建成了青岛啤酒博物馆。博物馆建成后每年接待国内外游客20万以上，成为亚洲最大的啤酒博物馆。

在青岛啤酒博物馆的成功基础上，2005年，青岛啤酒又提议并斥资几千万元对登州路进行改造，建成了青岛市著名的“啤酒特色街”。“啤酒特色街”建成以后不仅成为青岛市民娱乐休闲的重要场所，也成为了一处新的旅游景点。短短几百米的啤酒街，带动了3000多人的就业，年接纳旅客量十几万，被称作“永不落幕的啤酒节”。



反哺是一种感恩精神的体现，百年青岛，百年青啤，青岛啤酒将继续怀着一颗感恩的心，为经济发展注入新的活力，为社会创造更多的快乐！

——青岛啤酒股份有限公司执行董事 刘英弟





基业长青林

2009 年工作方向

青岛啤酒一直将可持续发展作为公司坚定不移的信念。青岛啤酒的可持续发展一定要建立在为消费者持续创造快乐的基础上。在公司愿景和使命的激励下，我们在各方面工作都取得了令人瞩目的成就。

但是，我们也充分认识到，实现可持续发展的道路是漫长的，是一个不断进步的过程。这些年，青岛啤酒在社会责任履行方面做了较大的努力，但我们深知在细节上还需要不断完善。因此，我们不会只满足于现有的工作，而是要继续探讨新的工作方法和思路，设定更高的目标，无愧于中国啤酒行业最有影响力的品牌地位。

食品安全是关系到消费者健康的重大课题。抱着对全社会高度负责的态度，青岛啤酒将始终如一把质量控制放在公司的最高议事日程，在日常管理中常抓不懈，毫不妥协。两会期间，身为第十届、十一届全国人大代表的青岛啤酒董事长金志国还多次提出了加快食品安全立法的建议，和广大代表一道为加快《食品安全法》的出台起到了重要的推动作用。2009年，青岛啤酒将深入贯彻实施《食品安全法》的精神和要求，继续在53家工厂推进食品安全体系建设，始终杜绝任何质量盲点。

环境保护也是公司在2009年的工作重点。随着全社会环保意识的日益高涨，我们面临的挑战也不断加大。在现有工作的基础上，我们将设定新的

工作目标，使公司的原材料消耗、能耗和废气排放持续降低的趋势保持下去。

员工是青岛啤酒愿景的建设者。2009年，我们将进一步构建和谐的员工关系，保障他们的合法权益；同时，针对员工培训，继续完善青岛啤酒管理学院的建设和课程设置。

2009年，我们将一如既往地投入到社会公益事业中，针对社会的关注点，结合企业自身的特点，找出公司的公益重点方向。

毋庸置疑，公司能够发展壮大，离不开股东的支持。通过优化各方面的管理，使利润最大化、回报股东仍将是今后工作的重点。

为了做好上述工作，持续不断地与公司的利益相关方对话沟通是不可缺少的。青岛啤酒管理层和全体员工一定会抱着开放的态度听取社会各界对我们的建议，以创新精神、变革思维走可持续发展之路，取得更大的成就。

激情成就梦想，持续创造快乐

第三方评论

对青岛啤酒股份有限公司《2008年可持续发展报告》的评价

我阅读了青岛啤酒股份有限公司《2008年可持续发展报告》（以下简称《报告》），体会如下：

青岛啤酒股份有限公司作为国内首家在香港和上海两地同时上市的百年企业，坚决落实科学发展观，积极履行社会责任，在促进企业与社会、企业与环境协调发展方面取得了突出成绩。

《报告》紧密围绕“用我们的激情酿造出消费者喜爱的啤酒，为生活创造快乐”的公司使命，全面披露了公司2008年在产品质量安全、保护环境、关爱员工、关心社会、共创经济繁荣等五个方面开展的工作和取得的良好绩效。特别是公司建立了较为完善的法人治理结构和严格的食品质量安全管理保证体系，在保护环境发展循环经济方面成效突出，实现了主要废旧物资的100%再利用，为国内其他企业树立了学习的榜样。

从《报告》中可以发现，青岛啤酒股份有限公司积极开展社会责任工作，努力实现企业可持续发展，符合国务院国资委《关于中央企业履行社会责任指导意见》的精神。

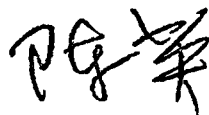
总之，《报告》内容全面，结构安排合理，逻辑清晰，特色鲜明，全面准确地阐释了公司的可持续发展理念，认真履行社会责任的情况，符合联合国全球契约原则

的要求，是一本具有较高水平的可持续发展报告。建议公司未来在以下方面进一步改进：

建立完善公司的社会责任管理组织体系，为全面推进可持续发展工作提供组织保障，并在报告中予以披露。

加强披露数据的系统性、完整性，建议公司探索建立全面的可持续发展指标体系，提高披露指标的质量，便于读者更好地认识和了解企业。

全面推进公司的社会责任宣传教育培训工作，提高全员社会责任意识。



中国企业管理科学基金会副理事长
联合国全球契约理事会理事
全球契约中国网络中心办公室主任

对青岛啤酒股份有限公司《2008年可持续发展报告》的评价

随着啤酒工业的迅速发展，啤酒业对资源的需求、对环境的影响、对社会的作用日益增加。因此，关注企业社会责任，承担企业社会责任，正确处理与社会、环境、资源的关系，已经成为啤酒企业向前发展的需要和历史的必然。

青岛啤酒股份有限公司是我国啤酒行业的龙头企业之一，此次在国内啤酒行业中首次发布了“2008年可持续发展报告”。在对环境、资源、劳动保护、关心弱势群体和可持续发展等方面内容进行了详细的阐述和承诺，充分体现了青岛啤酒在为社会、为国家积极创造财富的同时，勇于承担社会责任、重视食品安全、坚持诚信为本的企业公民的优秀品质，彰显了高度的社会责任感。在获得良好的经济效益、社会效益和环境效益的同时，从而实现经济增长与社会进步的协调持续发展。

一个成功的企业所创造的财富并不是企业自己的，而是应该归属全社会。如果企业能够深刻领悟并以此为已任，那就树立了符合客观实际的社会责任感，达到人与自然、人与社会的和谐。企业生命之树才会常青，青岛啤酒显然就是这样一个企业。

此报告的发布是我国啤酒企业为构建和谐社会的具体行动。我们希望以此为契机带动全行业的积极性，共同为社会创造财富，为消费者创造快乐，把企业打造成为富有责任感、受人尊敬的优秀企业公民，成为承担行业、社会、时代责任的载体。

中国酿酒工业协会啤酒分会

您的反馈

尊敬的读者，您好！

非常感谢您阅读了《青岛啤酒股份有限公司 2008 年可持续发展报告》。

如果您对本报告有任何想法和建议，请您填写下面的意见反馈表，通过邮寄、传真或电子邮件发给我们。对于您的宝贵意见，我们致以深深的谢意！

姓名：

单位：

联系电话：

电子邮件：

您认为哪些章节为您提供了重要信息？

1. 开篇和结篇部分

4. 关爱员工

2. 提供安全 and 高品质产品

5. 关心社会

3. 保护环境

6. 共创经济繁荣

您如何评价本报告？

好

不好

一般

* 可读性

* 中肯性

* 排版设计

* 总体印象

您对我们下一年度报告的建议？

请与我们联系：

电话：0532-85785641

传真：0532-85720051

电子邮件：zhutt@tsingtao.com.cn

地址：中国青岛香港中路五四广场青啤大厦公共关系管理总部（266071）

附录：GRI 指标索引

编号	内容	在本报告中的位置
战略与分析		
1.1	机构最高决策者关于企业战略与可持续发展的陈述	P3-4
1.2	对主要影响、危机及机遇的描述	P3-4
公司概况		
2.1	机构名称	P5,44
2.2	主要品牌、产品及服务	P5
2.3	组织结构	P5
2.4	公司总部的地址	P44
2.5	机构业务所在国及报告中涉及的与相关的国家的数量和名称	P5
2.6	所有权性质及法律形式	P5
2.7	所服务的市场	P5
2.8	公司规模（包括员工数量、营业收入、市值等）	P23,32
2.9	在报告期间关于机构规模、结构或所有权的重大变化	-
2.10	报告期间获得的奖励	P5,15,21,24,29,32,33
报告参数		
3.1	所提信息的报告时间	P2
3.2	最近一次报告的时间	P2
3.3	报告周期	P2,8
3.4	关于报告或内容相关问题的联系方式	P38
3.5	确定报告内容的程序	P2
3.6	报告的界限	P2
3.7	说明关于报告范围及界限的限制因素	P2
3.8	汇报合营机构、附属机构、租用设施、国外采购业务以及其他可能严重影响不同汇报期以及不同机构之间可比性的实体的处理方式	P2
3.9	数据计算和处理方法	P2
3.10	对以前报告中信息进行调整、更改的说明	-
3.11	报告在范围、界限及评估方式上出现的重大变化	-
3.12	列表标明报告引用的标准；标明页码和网络链接	P39-42
3.13	在可持续发展报告附带的认证报告中列出机构为报告寻求外部认证的政策以及现行措施。如果没有列出，请解释任何外部认证的范围以及根据，并解释汇报机构与验证者之间的关系	-
公司治理		
4.1	机构的治理结构	P7
4.2	说明最高治理机构的主席是否也兼任行政职位	P7
4.3	如机构有完整的董事会体系，说明独立董事与非执行董事的数量	P7
4.4	股东和员工向最高治理机构提供建议的机制	P7,24

4.5	公司治理层、高级经理及执行主管的薪酬与机构效益的联系	P7
4.6	最高决策层规避利益风险的程序	P7
4.7	最高决策层所任职资格说明	P7
4.8	与经济、环境、社会效益及其实施情况相关的使命或价值观、行为守则及原则	P3-4,6-10,16,18,22,24-26,31
4.9	最高决策层如何对机构进行监查，管理经济、环境、社会效益	P7
4.10	评估最高决策层自身业绩的程序与方式	P7
4.11	说明机构是否以及如何提出预防性的措施	P7
4.12	机构对外界发起的经济、环境和社会等方面的章程、原则或者其他倡议的参与或支持	P8-10,15,17,25,27,29
4.13	在协会（如行业协会）和 / 或国内、国际相关组织的成员资格	-
4.14	机构利益相关方的名单	P8
4.15	识别及选择利益相关方的依据	P8
4.16	利益相关方参与的程序	P8,36,37
4.17	利益相关方参与提出的主要问题及机构如何进行回应	P4,8
经济责任指标		
EC1	产生和分配的直接经济价值	P32
EC2	机构活动由于气候变化产生的财务变化和其他风险及机遇	-
EC3	机构福利计划的覆盖范围	P23-24
EC4	政府给予机构的重大财务援助	-
EC5	机构在各主要营运地点工资的标准起薪点与当地最低工资的比例	-
EC6	机构在主要业务运营地点对当地供应商的政策、措施以及支出比例	P12,21,33
EC7	机构在各主要营运地点聘用当地人员的程序，以及在当地社区聘用高层管理人员的比例	-
EC8	机构透过商业活动、实物捐赠或者免费，主要为大众利益而提供的基建投资及服务的发展与影响	P27-30
EC9	机构了解并说明其重大的间接经济影响，包括影响的程度	P3-4,15,17,33,34
环境责任指标		
EN1	所用物料的总量或者用量	P18
EN2	采用可循环再造的物料的比例	P17-20
EN3	按照主要源头划分的直接能源耗量	P19
EN4	按照主要源头划分的间接能源耗量	P20
EN5	因环境保护及效率提高而节省的能源	P19-20
EN6	提供具能源效率或以可再生能源为基础的产品及服务计划，以及计划的成效	P19
EN7	减少间接能源耗量的计划以及计划的成效	P20
EN8	按源头划分的总耗水量	P18
EN9	因耗水而受严重影响的来源	-
EN10	循环再用水的百分比以及总用量	P18
EN11	机构在环境保护区或者生物丰富多样的其他地区，或在其他地区，或者是相邻地区，拥有、租赁或管理土地的位置及面积	-
EN12	在保护区和保护区以外生物多样性价值较高的地区，活动、产品和服务对生物多样性产生的重要影响	-

EN13	受保护或者经修复的生物栖息地	-
EN14	机构对影响生物多样性的战略、当前行动及未来计划	-
EN15	按其濒临绝种的风险程度，依次列出栖息地受机构作业影响的以下物种数量：列入国际自然及自然资源保护联盟下辖红色名册及全国保育名册的物种	-
EN16	按重量划分的直接与间接温室气体总排放量	-
EN17	按重量划分的其他相关间接温室气体排放量	-
EN18	减少温室气体排放的计划及成效	P19-20
EN19	按重量划分的破坏臭氧层的物质的排放量	-
EN20	按种类及重量划分的NO _x 、SO _x 以及其他重要气体的排放量	P20
EN21	按质量以及目的地划分的总排水量	-
EN22	按种类以及排污法划分的废弃物总重量	P17
EN23	严重泄漏的总次数以及泄漏量	-
EN24	按照《巴塞尔公约》附录条款视为“有毒”的废弃物经运输、进口、出口或者处理的重量，以及经国际船输送的废弃物的百分比	-
EN25	受机构排水及径流严重影响的的水源及相关栖息地的位置、面积、受保护状况及生物多样性价值	-
EN26	减低产品及服务的环境影响的计划及其成效	P16-21
EN27	按照类别，售出产品及回收售出产品包装物料的百分比	-
EN28	违反环境法例及规则被处巨额罚款的总额，以及所受金钱以外的制裁的次数	-
EN29	运输产品、其他货物以及物料做营运用途，以及运输雇员所产生的重大环境影响	-
EN30	按类型说明环境保护的总支出及投资	P18-20
社会责任指标		
LA1	按雇佣类型、雇佣合同及地区分类的员工总数	P23
LA2	按年龄、性别及地区划分的员工流失总数及比例	-
LA3	按主要业务划分，只提供全职员工（不给予临时或者兼职员工）的福利	-
LA4	受集体谈判协议保障的员工百分比	-
LA5	有关业务改变的最短通知时限，包括指出该通知期有否在集体协议中注明	P24
LA6	在协助监察及建议职业健康与安全计划的正式劳资健康与安全委员会中，员工所占比例	-
LA7	按地区划分的工伤、职业病、损失工作日以及缺勤比率，以及和工作有关的死亡人数	P25
LA8	为协助员工、员工家属或者社区成员而推行的，关于严重疾病的教育、培训、辅导、预防与风险监控计划	P25
LA9	与工会签订的正式协议中，涉及健康与安全的项目	P24-25
LA10	按员工类别划分，每名员工每年受训的平均时数	P23
LA11	加强员工的持续职业发展能力及协助员工转职的技能管理及终生学习课程	P23
LA12	接受定期绩效及职业发展考核的员工的百分比	-
LA13	按性别、年龄和少数族裔及其他多元性指标划分，管理层员工和普通员工的细分	P23
LA14	按员工类别划分，男性与女性的基本薪金比率	-
HR1	载有人权条款或者已经通过人权审查的重要投资协议的总数及百分比	-
HR2	已通过人权审查的重要供应商及承包商的百分比，以及机构采取的行动	-

HR3	员工在作业所涉及的人权范围内的相关政策及程序方面受训的总时数，以及受训员工的百分比	-
HR4	歧视个案的总数，以及机构采取的行动	P24
HR5	已发现可能严重危害结社自由及集体谈判权的情况，以及保障这些权力的行动	-
HR6	已发现可能会严重危害童工的情况，以及有助于废除童工的措施	P24
HR7	已发现可能会导致强制劳动的情况，以及有助于消除这类劳动的措施	P24
HR8	保安员工在作业所涉及人权范围内的相关政策及程序方面受训的百分比	-
HR9	涉及侵犯本土员工利益的案例总数，以及企业采取的措施	-
社会责任指标		
SO1	与社区事务有关的评估和管理的工作，其核心思路、评估和管理范围以及有效性	P8,26-30
SO2	已做贿赂风险分析的业务单位的总数以及百分比	P7
SO3	已接受机构的反贿赂政策及程序培训的雇员的百分比	P6-7
SO4	惩治贿赂个案所采取的行动	-
SO5	对公共政策的立场，以及在发展及公共政策立法过程中的参与	P17,27,35
SO6	按国家划分，对政党、政客以及相关组织所做财务及实物捐献的总值	-
SO7	企业涉嫌反垄断措施的法律诉讼的总数，及其结果	-
SO8	违反法律以及规则被处巨额罚款的总额，以及所受金钱之外的制裁的总数	-
PR1	为改良而评估产品及其服务在其产品生命周期各阶段对于消费者安全与健康的影响，以及须接受这种评估的重要产品或者服务的类别	P9-15
PR2	按照结果划分，违反管制产品或者服务在其生命周期影响健康与安全的法规及自愿守则的次数	-
PR3	按程序划分标签所需要的产品及服务信息种类，以及须符合这种信息规定的重要产品以及服务的百分比	-
PR4	按结果划分，违反产品以及服务商标管理法律以及规则的次数	-
PR5	客户满意度管理措施，包括调查客户满意程度的结果	-
PR6	为遵守市场推广相关法律法规、自愿守则而设立的计划	P8
PR7	违反市场推广法律、法规的案件总数	-
PR8	已证实关于侵犯客户隐私权以及遗失客户资料引起的客户投诉的总数	-
PR9	违反产品或者服务推广法律法规而受到处罚的款项额度	-

术语表：

COD

化学需氧量。指的是水中的还原物质被化学的氧化剂氧化所需的量，是判断水质的重要指标。化学需氧量越大水质越差。

ERP 质量数据系统

基于 Oracle 平台的企业质量数据在线收集、处理及分析系统。

HACCP

“Hazard Analysis Critical Control Point”英文缩写，即危害分析和关键控制点。HACCP 体系被认为是控制食品安全和风味品质的最好最有效的管理体系。

操作性前提方案

危害控制的基础管理部分，是啤酒加工过程中为保持卫生环境所必需的基本条件和活动。通过前提方案的建立、实施和保持能够实现控制食品安全危害通过环境进入产品的风险；控制产品的生物性、化学性和物理性污染，包括产品之间的交叉污染；控制产品和产品加工环境的食品安全危害水平。

QS

Quality Safety 的英文缩写，即质量安全。



青岛啤酒股份有限公司

地址：中国青岛香港中路五四广场青啤大厦

邮编：266071

本书采用含 75% 废纸成份且通过 ISO14001
环境体系认证的再生纸印制。